Comunicados

Brücke, la startup que llevó la IA al Estéreo Picnic, está transformando las interacciones con las marcas

La tecnología de Brücke, impulsada con la IA Generativa de IBM watsonx.ai, permitió a ETB ofrecer interacciones y contenidos hiperpersonalizadas a los asistentes en tiempo real.

Bogotá, abril 22 de 2024 – Brücke, la startup colombiana de inteligencia de datos, desarrolló una plataforma para conectar a las personas con las marcas por medio de experiencias phygital: aquellas que combinan lo presencial y digital. Para lograrlo, la plataforma recolecta información consensuada para crear contenido, impulsado con la IA Generativa de IBM watsonx.ai, que le permita a las marcas entregar mejores experiencias transaccionales a las personas.

Fue a través de esta plataforma que ETB, en colaboración con Brücke e IBM, llevaron la experiencia del Festival Estéreo Picnic en Bogotá a nuevas alturas al fusionar la tecnología con la pasión de los fans por la música en vivo. Por primera vez, más de 160,000 asistentes tuvieron la oportunidad de disfrutar de Internet gratuito por cortesía de ETB, lo que les permitió sumergirse en las experiencias interactivas con IA Generativa en la plataforma de Brücke.

De acuerdo con un estudio reciente, sólo 5% de las personas en Latinoamérica están satisfechas con su experiencia de compra en las tiendas físicas y las interacciones online también se quedan cortas. La tecnología puede transformar estas percepciones y hay un gran interés en usarla. De hecho, 71% de los consumidores están interesados en aprovechar la IA para hacer compras.

“Existe una gran cantidad de datos que no se aprovechan para personalizar las experiencias de los consumidores y tener interacciones más asertivas con ellos”, dijo Diana Coral, COO de Brücke. “Nuestra plataforma es un puente para que las marcas puedan recolectar e identificar audiencias a partir de patrones de First Party Data y Análisis de sentimiento donde las personas son el centro de estas experiencias, con el fin de que puedan tomar mejores decisiones sobre la eficiencia de los presupuestos, la ejecución de las campañas y la creación de nuevas rutas de mercado transaccional”.

Creando contenidos a la medida con IA

La plataforma de Brücke aprovecha un modelo de IA impulsado con IBM watsonx.ai, para predecir las preferencias de los usuarios y crear nuevas experiencias a la medida con las marcas por medio de contenidos hiperpersonalizados y dinámicos en forma de audio, imágenes o videos con base en la información que comparten las personas durante las experiencias phygital de Brücke. De esta manera, las marcas pueden generar experiencias altamente efectivas y rentables para sus negocios.

“Hoy, los consumidores no se contentan con experiencias que son iguales para todos. Ellos quieren interacciones más contextuales y personalizadas en tiempo real, sin importar dónde o cuándo compran”, dijo Patricio Espinosa, Gerente General de IBM para el Norte de Suramérica. “La IA puede ayudar en eso y más. Brücke es un ejemplo de cómo se pueden generar experiencias phygital, que combinen lo mejor de los dos mundos a través de la tecnología”

Con tecnologías como la IA generativa, se espera que las marcas continúen ampliando las posibilidades de colaboración entre las diferentes industrias, abriendo nuevas fronteras para la interacción con los consumidores y potenciando las experiencias para que sean más efectivas y ajustadas a los intereses, emociones y momentos de los consumidores.